

TURİZM MƏHSULLARININ CƏLBEDİCİLİK AMİLLƏRİ VƏ MARKETİNG İŞİNİN TƏŞKİLİ

Mustafayev Xanlar

Beybəlxalq turizm və ölkəşünaslıq üzrə magistr

Bakı Dövlət Universiteti, Azərbaycan

xanlar.mustafayev.01@mail.ru

Turizm sektoru müasir dövrün tələblərini qarşılayan və durmadan inkişaf edən iqtisadiyyatın əsas sahələrindən biridir. Belə olduqda iqtisadiyyatın digər xidmət və məhsul istehsal edən sahələrinə aid edilən bir çox xüsusiyyətlər bu sahədə təsir göstərir. Hər hansı məhsulun və xidmətin cəmiyyətə çatdırılması onun əsas amillərindən olan cəlbədicilik amili ilə birbaşa bağlıdır. Bununla yanaşı, turizm məhsulunun cəlbədiciliyinə əsas dəstək olan proses isə müxtəlif turizm müəssisələrinin hazırladığı marketing strategiyalarıdır. Bu məqalədə müasir dövrdə turistlərin diqqətini cəkmək və turist axınını artıracaq, müəyyən destinasiyalara görə kateqoriyalara bölünmüş cəlbədicilik amilləri ilə yanaşı, nəzərdə tutulan turist destinasiyalarında müxtəlif turizm firmaları tərəfindən hazırlanan marketing strategiyalarının tətbiqində bəhs edilir.

Açar sözlər: marketing anlayışı, turizm məhsulları, cəlbədicilik amilləri, turist destinasiyaları, marketing strategiyası

Müasir dövrün mühüm sahələrindən biri olan turizm durmadan inkişaf edir. Bu inkişafın əsas mənbəyi isə marketingdir. Bəs marketing nədir? Onun turizmin inkişafında nə kimi rolu vardır? Marketingi reklamdan fərqləndirən xüsusiyyətlər nələrdir? İlk olaraq marketingin izahıyla başlayaq.

Bu artıq məlum məsələdir ki, turizm iqtisadiyyatın əhəmiyyətli bir parçasıdır və digər bütün iqtisadi sektorlar kimi turizmdə tanınılmasında marketingin rolu böyükdür. Marketing dünya bazarında məşhur olan müxtəlif kateqoriyalı məhsullar (xidmətlər) istehsal edən müəssisələrin daha səmərəli istehsal prosesinin həyata keçirilməsində mühüm amildir. Turizmdə marketingin məzmunu

dedikdə turizmin müxtəlif fəaliyyət sahələrinin idarə edilməsi, daha yüksək mənfəət əldə etmək üçün daha keyfiyyətli məhsulların istehsal edilməsinin təmin edilməsi və bu prosesin düzgün şəkildə həyata keçirilməsi üçün beynəlxalq turizm bazarında baş verən hadisələrin nəzərə alınması, dünya bazarının öyrənilməsi zamanı bazarın ehtiyaclarının öyrənilməsi ilə turizm müəssisələrinin məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün yeni üsullarla istehlakçılara lazım olan xidməti göstərmək və bu xidmətin düzgün şəkildə təmin edilməsi üçün səmərəli idarə etmə üsulunun tətbiq edilməsi kimi başa düşülür. Bundan əlavə, marketinq turizm bazarına, turistlərin ehtiyac və seçimlərinə təsir göstərir. Belə olduqda turizm marketinqinə bunlar aid edilir:

- İstehlakçıların tələbatlarının müəyyən edilməsi
 - Yeni turizm məhsullarının müəyyən edilməsiç onların inkişaf etdirilməsi və beynəlxalq turizm bazarına çıxarılması
 - İstehlakçılar üçün uyğun qiymət strategiyasının yaradılması və bu strategiya ilə müəssisənin maksimum mənfəət əldə etməsini təmin etmək
 - İstehsal olunan məhsulların turistlər arasında cəlbedicilik xarakterinin təşkil edilməsi üçün səmərəli yolların seçilməsi
 - Bazarda tələb faktorunun formalaşması və nəticə etibarı ilə satışın həyata keçirilməsi üçün marketinq kommunikasiya şəbəkəsinin sistemli şəkildə qurulması və inkişaf etdirilməsi
- [2, s. 4]

Ümumidünya Turizm Təşkilatı turizm marketinqi üçün 3 əsas funksiya müəyyən etmişdir və bunlara: istehlakçılarla əlaqə yaratmaq onlara nəzarət etmək və inkişafını təmin etmək. İlk funksiyanın həyata keçirilməsində əsas məqsəd istehlakçıları müəssisənin hazırladığı məhsulların dünya standartlarına tam cavab verdiyinə razı salmaqdır. Digər bir funksiya olan inkişaf funksiyası

isə mövcud müştərilərin daha çox pul xərcləməsi və yeni müştərilərin cəlb edilməsi üçün mövcud xidmətlərin müəssisənin hazırladığı yeniliklərdən istifadə edərək yaxşılaşdırılması. Son funksiya olan nəzarət funksiyası isə turizm bazarında baş verən proseslərin nəticələrinin təhlil edilməsinə əhəmiyyət verir [1, s. 15]

Turizm məhsullarının turistlər arasında tanınması təkcə marketingin təşkili ilə mümkün deyildir. Bu proses həm də mövcud destinasiyalarda olan turizm məhsullarının cəlbədiciyi ilə bağlıdır. Hər bir turizm destinasiyası müxtəlif xüsusiyyətlərdən ibarətdir. Hal-hazırda müxtəlif turizm destinasiyaları vardır və bu destinasiyalar mövcud turizm məhsullarına görə marketing strategiyaları həyata keçirilər. Məşhur turizm destinasiyalarından olan Böyük Sədd Rifi bunlardan biridir.

Böyük Sədd Rifi Avstraliyada yerləşən və yer üzərində olan ən böyük canlı orqanizmadır. Dünyanın təbii yeddi möcüzəsindən biri olan Böyük Sədd Rifi sahəsi 344,400 kvadrat kilometr olub, demək olar ki, yaponiya və İtaliya ilə eyni ölçüdədir.

Böyük Sədd Rifinin turizm destinasiyası kimi məşhur olmasının bir neçə səbəbi vardır bunlardan birincisi balıq və digər dəniz canlıların rəngarəngliyidir. 600-dən çox növə malik olan yumşaq və sərt mərcan, 100-dən çox meduza, 3000 növdən artıq molyusk, 500 növ su həşəratı, 133 növ köpəkbalığı və dəniz şeytanı, 30-dan çox növə malik olan balina və delfin və sonda 1625 balıq növünə malik olaq Böyük Sədd Rifi 2900 fərdi mərcan rifindən ibarətdir və bu göstərici dünya balıq ehtiyatının 10%-i təşkil edir. Hər il müxtəlif ölkələrdən bura bu qeyri-adi canlıları görməyə gələn turistlər sayı durmadan artır. [6, s. 2]

Digər cəlbədici xüsusiyyət isə tısbağalardır. İlk deyilişdə o qədər qeyri-adi amil kimi görünməsədə bu əslində turistləri cəlb eləyən əsas amillərdəndir. Dünyada olan 7 növ dəniz tısbağanın 6-ı

burada məskunlaşmışdır. Bundan əlavə, Fitzroy adasında yerləşən Cairns Tısbağası Reabilitasiya Mərkəzi turistlərin səyahət etmək üçün can atdıqları yerlər arasındadır. Əsasən dünya zoologları arasında məşhur olan bu reabilitasiya mərkəzi qeyri-kommersiya təşkilatı olmaqla yanaşı, buranın əməkdaşları gələn turistlərə təşkilatın tarixi, burada müalicə olunan tısbağaların müalicə zamanı keçdiyi prosesləri və həmçinin, onların sağaldıqdan sonra okeana buraxılma anını da göstərir.

Digər bir turist cəlb edən amil isə bura da olan tropik adalardır. Bura da 600 kontinental, 300 mərcan tipli və 150-ə yaxın monqrov adası vardır. Tropik adalar turistlərin istirahət üçün əsas turist destinasiyalarından birinə çevrilmişdir və bu adalar arasında ən məşhurları isə Fitzroy, Hayman və Heron adasıdır. [6, s. 5]

Böyük Sədd Rifi turizm destinasiyası həm də öz su idman xidmətlərinə görə də seçilir və bunlardan biridə şnorkellə okeanın dərinliklərinə səyahət etməkdir. Böyük Sədd Rifi dünyanın ən məşhur dalğıc və şnirkel yerlərindən biridir və hər yaş və qabiliyyətə xidmət xidmət etmək üçün çoxlu sayda turizm firmaları fəaliyyət göstərir.

Digər bir cəlbedici amil isə balinaları izləməkdir. Böyük Sədd Rifi dünya üzrə yer alan balina və delfin növlərinin 35%-ə ev sahibliyi edir. Turistlər tərəfindən ən çox görünənlər isə cırtıdan minke balinaları, şüşəburun delfinlər və donqar balinalardır.

Sırada isə turizm destinasiyasını gözoşxayan Whitehaven çimərliyi vardır. bu çimərlik Whitsunday adasında yerləşən və təmizliyinə görə mükafat alan çimərlikdir. Bu çimərliyin turistlər tərəfindən tanınmasının səbəbləri vardır. İlk səbəbi isə təbii ki, suyunun şəffaflığıdır. Amma təkcə bu amilin olamı onu digərlərindən fərqləndirmir. Onu bir çox digər çimərliklərdən fərqləndirən cəhət yüksək temperaturda belə qumun ilıq qalmasıdır

və bu xüsusiyyətə görə gələn turistlər qumun üzərində rahat gəzə bilir.

İndi bəhs ediləcək cəlbedici amil daha çox sevgi ünsürü kimi ad qazanmışdır. Bu amil “Heart Reef” yəni Ürək rifidir. Adından da göründüyü kimi bu rif ürək formasındadır. 1975-ci ildə pilot tərəfindən kəşf edilən bu rif beynəlxalq bazarda tanınır. Bu rif uzun illər boyu bir çox turistin sevgi elanlarının və evlilik təkiflərinin edildiyi yer olmuşdur məhz bu mənzərəni görmək üçün bir çox turist hava nəqliyyatından istifadə etməyə üstünlük verir. [8, s. 7]

Növbəti amil isə Böyük Sədd Rifinin turistlər arasında ad salmış və okean canlıları arasında xüsusi bir kateqoriyaya aid edilən Dəniz şeytanıdır. Bu canlılar Cənub Böyük Sədd Rifində yerləşən Lady Elliot adası yaxınlığında yerləşir. Bu canlıları bəsləmək üçün və müşahidə etmək üçün il ərzində çox sayda turist səyahət edir. Lakin ilin soyuq dövrlərində bu heyratamiz canlılar başqa ərazilərə köç edirlər.

Sonda isə bu turizm destinasiyasının əsas hissələrindən biri olan Daintree yağış meşəsini göstərməmək olmaz. Bu yağış meşəsi dünya irs siyahısına daxil edilmişdir. Hər il müxtəlif ölkələrdən bu meşələrə hiking məqsədi ilə turist axnını müşahidə olunur.

Bəs bu destinasiyaların əsas tanıtılma yolu beynəlxalq yarışlara ev sahibliyi etməsidir. Bura da olan bir çox turizm təşkilatları müxtəlif idman tədbirlərinin bura da keçirilməsi onların beynəlxalq səviyyədə yayımlanması turistlərin bura əsas cəlb edilmə yoludur. Digər bir marketing strategiyası isə Avstraliya da olan peşəkar idman klublarına ev sahibliyi etməsidir və məhz bunun vasitəsi ilə Böyük Sədd Rifi tətıl paketlərinin atılmasına nail olur. Bunlardan əlavə marketing strategiyalarında bir digəri isə ölkədə olan əsas turizm orqanları və sənayesi ilə həyata keçirilən əməkdaşlıqlar və birgə görülən işlərdir. [6, s. 9]

Turizmin cəlbedici xüsusiyyətləri

Cəlbedici turizm amilləri	Cəlbedici xüsusiyyətləri
Dəniz canlıları	Dünya üzrə mövcud olan dəniz canlılarının 10% faizini təşkil etməsi
Tısbağalar	Dünya üzrə mövcud olan 7 növ dəniz tısbağalarının 6-a ev sahibliyi etməsi və reabilitasiya prosesinin müşahidəsi
Adalar	600 kontinental, 300 mərcan tipli və 150-ə yaxın monqrov adasının mövcudluğu və turistlər tərəfindən böyüm məşhurluğa malik olması
Şnorkellə okeanın dərinliklərinə səyahət	Okeanın dərinliklərində müxtəlif canlı orqanizmlərlə birgə üzmə fürsəti və mərcan riflərinin araşdırılması
Balina və delfin müşahidəsi	30-dan çox balına və delfin növlərinin araşdırılması və delfinlərlə birgə üzmə fürsəti
Çimərliklər	Şəffaf suyu və yüksək istilikdə belə rahat istirahətə imkan verən müalicəvi ilıq qumdan yaranma imkanı
“Heart” rifi	Ürək formasında olan rifin vertolyoqla müşahidəsi və bu rifin müşahidəsində mükəmməl təkliflərin edilməsi üçün imkanlar
Daintree yağış meşəsi	Gözoxşayan yağış meşələrinə səyahət, flora və faunın öyrənilməsi və adrenalin dolu hiking səyahəti

Digər bir turizm destinasiyası isə Keyptaundur. Keyptaun cənubi Afrikada yerləşir və bu turizm bölgəsi əsasən meşələri, çimərlikləri, gözoxşayan bağları, dağları, botanika bacı və digər bənzərsiz amillərinə görə turistlərin ən çox səyahət etdiyi yerlərdəndir. Təkcə bunlarla da bitmir. Keyptaun həmçinin, öz tarixi, şərab bağları və ənənəvi mətbəxinə görə də dünya ölkələrində xüsusi yer tutur.

İlk olaraq Keyptaunun çimərliklərindən danışmaq yerinə düşər, çünki bura da olan çimərliklər turistlərin daha çox diqqətini cəlb

edir. Səbəb isə iki okeanın, yəni Atlantik və Hind okeanı arasında yer almasıdır. Məhz bu iki müxtəlif temperaturlu okeanın arasında yerləşməsi turistlərin seçim qarşısında qalmasına şərait yaradır. Turistlər arasında məşhur olan çimərlik zonalarına Llandudno, Klifton və Kampos körfəzi Atlantik okeanında yerləşir. Bundan əlavə sörfçülər üçün əvəzsiz yerlən olan False körfəzi və St James-də yerləşən dalğa hovuzları hər il bir çox xarici turistlərin bura axınında mühüm rol oynayır. [5, s. 2]

Boulders çimərliyi bir çox çimərliklərdən fərqlənir və bu fərqləndirici xüsusiyyət isə bura da Afrika penqulinlərinin məskən salmasıdır. Bu qeyri-adi bir o qədər də sevimli mənzərəyə şahidlik etmək üçün bir çox turist Keyptauna səyahət edir. Afrikanın tarixində mühüm yer tutan Nelson Mandelanın bura da yerləşən Robben adası ilə çox da xoş olmayan bir keçmişi vardır. Beləki, Nelson Mandela bura da 27 il boyunca həbsdə qalmışdır və hər il bu həpsxana təkcə xarici turistlər tərəfindən yox həmçinin yerli turistlərdə tərəfindən də ziyarət edilən yerlərdəndir.

Bu destinasiyanın bir digər cəlbedici amili isə onun bənzərsiz bağlarıdır və Kristenbosch bunlardan biridir. Turistlər bu müxtəlif piknik sahələrində dincələ bilər və burada olan heyvanat aləmi həvəskar və professional fotoqrafların marağına səbəb ola bilər. Bir çox açıq hava konsertlərinə və beynəlxalq film festivallarında ev sahibliyi etməkdədir.

Bura da adrenalinin sevən turistlər üçün də mühüm atraksionlar vardır. Belə ki, turistlər yamac paraşütü idman növü ilə, qaya dırmanma, hiking, şnorkellə dənizin dərinliklərinə səyahət və həmçinin köpəkbalığı qəfəsində dənizin dərinliklərinə baş çəkmək kimi bir çox atraksionlarla məşğul ola bilərlər. Bunlar qədər məşhur olmasada safari turları və balina müşahidəçiliyi də Keyptaunun turizmində mühüm rol oynayır.

Bu destinasiyanın təbii rəngarəngliyi turizminin əsas hissəsini təmin edir, amma bütün hissəsini əhatə etmir. Beləki, bu destinasiyanın tarixi də ən azı təbiəti qədər gözoxşayandır. İlk olaraq Bo-Kaap turizm mərkəzindən bəhs etmək daha məqsədəuyğundur. Bur ərazinin əhalisi Afrika, Hindistan, İndoneziya və orta şərqdən gətirilən xalqın zaman keçdikcə birlikdə yaşayaraq adət-ənənələrini birləşdirməsindən formalaşmışdır desək tam yerinə düşər. Burada Keyp Malay adətlərinin mərkəzi hesab olunur və bunun nəticəsində bu ərazi “Tweede Nuwe Jaar”, yəni ikinci yeni il olaraq bilinən Eşq karnavalı anlayı ortaya çıxmışdır [5, s. 5].

Keyptaunun bir digər cəlbedici amili isə qida və şərabçılıq sektorudur. Buranın turistlər tərəfindən tanınan ən məşhur şərabçılıq mərkəzi heç şübhəsiz Konstantia Wineland ərazisidir. Bu ərazidə turistlər müxtəlif təamlardan dada bilər, at belində şərab üçün yetişdirilən üzümlərin olduğu əraziləri görə bilər və buranın şərabçılıq tarixi ilə bağlı çoxyönlü məlumatlar əldə edə bilərlər. Qida sektoru isə tamamilə ayrı bir turizm əhəmiyyətli bit sektordur. Cənubi Afrikanın bu turist destinasiyası ölkədəki bir çox aşpaza ev sahibliyi edir. Bundan əlavə, buranın yeməkləri bir çox beynəlxalq mükafatlara layiq görülmüşdür.

Araşdırmalara görə Keyptauna gələn turistlərin 40%-i ABŞ, İngiltərə və Almaniyadandır. Bura da turizmin marketingi əsasən Şimal yarımkürələrində yerləşən ölkələrə istiqamətlənmişdir. Bunun əsas səbəbi isə bu yarımkürələrdə havanın sərt soyuq olması və buna görə də turistlərin isti ərazilərə daha çox üstünlük verməkləridir. Bir az köhnə üsul olsa da Afrikadakı turizm firmaları daha çox reklam plakatlarından istifadə edirlər və plakatları Münih, London və New York kimi məşhur şəhərlərin mərkəzində və ətraf regionlarında olan Avtobus dayanacaqlarında, metro stansiyalarda

və nəqliyyatın sıxlıq təşkil etdiyi yerlərdə yerləşdirilir. Təbii ki, təkcə bununla bitmir. Bəzi ölkələrdə olan beynəlxalq hava limanlarında keyptaunun tanıtılmasında mühüm rol oynayır və bu hava limanlarına misal olaraq Johannesburg və Durbanda yerləşən hava limanları aiddir. Bundan əlavə Keyptaunun rəngarəng mətbəxi dünya ölkələri arasında baş vermiş bir çox beynəlxalq yarışlarda iştirak etmiş və böyük nəqliyyətlərə imza atmışdırlar və bu nəqliyyətlər bu turist destinasiyası üçün mühüm marketing strategiyası hesab olunur [5, s. 9].

Dünya üzrə məşhur turizm destinasiyalarından birdə Tokyodur. Tokyaya gələn turistlərin çoxu daha çox shopping məqsədi ilə gəlir. Akihabara adlı bölgə turistlər üçün əvəz olunmaz bir yerdir. Bura da yerləşən mağazalarda müxtəlif növ oyuncaqlar və elektron cihazlar tapmaq mümkündür. Bundan əlavə bura da shoppingə çıxan zaman turistlərin pasportlarını yanlarında götürməkləri daha yaxşı olardı. Çünki bunun vasitə ilə endirim əldə etmək mümkündür [6, s. 7].

Tokyonun turistlər arasında tanınmasına səbəb olan bir digər amil isə bu destinasiyanın tarixi xüsusiyyətlərini özündə birləşdirən Kabuki teatorunu göstərmək olar. Bu teatorda göstərilən oyunlar mimika, musiqi və rəqsi özündə birləşdirir. Bu tamaşalarda iştirak edən obrazlar qadın olsa da onları canlandıranların demək olar ki, hamısı kişidir.

Turist destinasiyası kimi Tokyonu tanıtan bir digər amil isə mənzərə amilidir. Tokyonun gözoşxayan infrastrukturundan əlavə albalı və ərik ağaclarının çiçəklərinin yarpaqları onların hava da qar kimi süzülərək, bənzərsiz bir mənzərə yaratmasıdır. Təəssüflər olsun ki, bu hadisə yalnızca ilk baharda və bir neçə həftə müddətində baş verir.

Tokyo təkcə shopping turizminin məskəni deyil, bura da turistlərin dini məqsədlərlə də gəldiyini müşahidə etmək olar. Bura da olan məbədlər buddist və şinto inanclarının məxsus olduğu ainlər üçün nəzərdə tutulmuşdur. Tokyoda mövcud olan məbədlər arasında Sensoji məbədi xüsusi bir yerə malikdir. Məbədin çölündə inanclarla bağlı və həmçinin uğur gətirdiyinə inanılan suvenirilər satılır. əgər düzgün vaxtına gəlinsə musiqi tamaşasını görməkdə mümkündür.

Yaponiyanın texnoloji cəhətdən inkişaf etdiyi dünyaca məşhurdur. Odaiba da belə yerlərdən biridir. Bura da restoranlar, əyləncə mərkəzləri və memarlıq abidələri vardır. beynəlxalq inkişaf elm və yenilik muzeyindən başqa Toyota Mega Veb adı verilən maşın galeriyası da turistlərin marağına səbəb olan amillərdəndir [9, s. 15].

Tokyonun turizm məhsullarının tanıtılmasında mövcud marketing strategiyası əsasən bura da keçirilən beynəlxalq tədbirlərlə bağlıdır. Texnoloji avadanlıqların tanıtılması üçün tədbirlərin təşkil edilməsindən əlavə, bura da olimpiya oyunlarının keçirilməsində daxil edilir. Bunlardan başqa hər il yeni oyunların çıxışı ilə bağlı təşkil edilən beynəlxalq simpoziumlar dünyanın müxtəlif ölkələrindən bura çoxlu sayda oyunçuların axın etməsinə şərait yaradır [3, s. 4].

Sıra Arizona ştatında yerləşən Böyük Kanyondadır. Böyük Kanyon daha çox təbii xüsusiyyətlərinə görə turistləri özünə cəlb edir. İlk olaraq hikingdən bəhs etmək yerinə düşər. Turist destinasiyasında müxtəlif səviyyələrə uyğun hiking yollarıq vardır və bunlara Kamp Alan, Cənubi Kaibab və Horseshoe Mesa hiking yollarını aid etmək yerinə düşər [7, s. 25].

Digər bir cəlbedici amil kimi atla yürüşü misal göstərmək olar. Bu xidmət bura gələn turistlər arasında xeyli məşhurdur. Bunun əsas

səbəbi isə marşurutun düzgün şəkildə qurulmasıdır. Bu marşurut üçün ən ideal yer isə Phantom Ranch-dən Kolarado çayına qədər olan yoldur.

Nəhəng Kanyon dedikdə turistlər üçün nəzərdə tutulmuş turizm məhsullarından ağıla ilk olaraq rafting gəlir. Turistlər burada Kolarado çayında istədikləri səviyyədən raftingə müraciət edə bilirlər. Rafting turu xüsusi nəzərdə tutulmuş avadanlıqlar və trenerlərin müşahidəçiliyi ilə həyata keçirilir. Bəs onu digər rafting destinasiyalarından nə ilə fəqlənir? İlk olaraq bu rafting turunda tək cə rafting yoxdur. Tur zamanı müxtəlif turizm məhsullardan da istifadə edilir. Yəni rafting tutuna müraciət edən turistlər Nəhəng Kanyonun flora və faunazı ilə yaxından tanışa bilər və bura da olan qayadan hazırlanmış taxıq anbarlarını, dağıldılmış məbədləri, petrogliflər və rəsmlər turun əsas hissələrindən biridir. Əgər rafting sizə görə deyilsə, aşağı axımlı sakit sulara da üzmək daha məqsədə uyğundur.

Digər cəlbedici amil isə velosipedlə səyahətdir. Bura da müəyyən olunmuş ərazilər vardır ki, o ərazilər yalnız velosipedlər üçün nəzərdə tutulmuşdur. Belə yollardan birdə Hermit velosiped yoludur və bu yol Yaki Point-ə qədər davam edir. Şimali Rimdə Arizona Trail yolu parkın içindən keçir və bu xüsusiyyət turistlərin marağına səbəb olur.

Düzdür Nəhəng Kanyon daha çox təbii turist destinasiyası kimi tanındılsa da buranın muzeylərinin və tarixi yerləri nəzərdən qaçıрмаq yerinə düşərdi. İlk olaraq Yavapai Geologiya muzeyi Nəhəng Kanyonun Yaradılma tarixi ilə bağlı şəkilləri, sənət əsərlərini və başqa eksponatları özündə cəmləmişdir. Tusayan muzeyi və xarabalıqlarından danışdıqda bunun söyləmək olar ki, bu muzeydə tarixi 800 ildən çox olan Pueblo qızıdəriliyələri haqqında

məlumat verir və o dövrə aid bir çox silah və məişət əşyalarını misal göstərmək olar [7, s. 38].

Cəlbediciliyə görə seçilən destinasiyalardan danışanda Maçu Piççuya toxunmamaq qeyri mümkündür. Bəs niyə Maçu Piççu? Bu ərəzidən danışdıqda ağıla ilk gələn İndiana Cons filmidir. Bəli ərəzi tarixi xüsusiyyətlərinə və öz təbii gözoşxayan məncərələrinə görə seçilsədə bu filmin bu ərəzidə çəkilməyi ərəzi haqda insanlarda daha geniş həcmli təəsüratın yaranmasına səbəb olmuşdur.

İnkaların qədim yaşayış məskəni olan Maçu Piççu təbii ehtiyatların üstünlük təşkil etdiyi turizm növlərinə görə turistlərin üstünlük verdiyi bir destinasiyadır. Bu macəra dolu səyahət Kusko hava limanından etibarən başlayır. And dağların ecəzkar mənzərəsi və üstəlik mükəmməl təbiət yürüyüşlərinin təşkili turistlərə bənzərsiz bir təcrübə yaşadacaq [4, s. 6]. İnkə mədəniyyətinin qaynağı olan bu destinasiyada İnkə mədəniyyətini öyrənmək üçün müxtəlif tikililərə rast gəlmək mümkündür. Kusko şəhəri Tavantinsuyu imperatorluğun paytaxtı olmuş və hal-hazırda bu şəhər UNESCO-un dünya irs siyahısına daxil edilmişdir. Hər il bura 2 milyona yaxın turist ziyarət edir. Daha çox ekskursiya məqsədi ilə gələn turistlər Ataud, Siete Culebras və Arpis kimi tarixi küçələrə getməyə üstünlük verdiklərə yerdə. Bu küçələrdə turistlər İnkə mədəniyyətindən qalma tikililərlə tanış ola və həmçinin qədim dövrlərə aid manastır və kilsələrlə rastlaşa bilərlər.

Təbii ki, bununla bitmir. Maçu Piççunun dünyada tanınma səbəblərindən birində bura da yetişən Koka çayıdır. Bu çay qədim inka mədəniyyətindən qalma bir bitki olub istifadəsi müxtəlif üsullarla həyata keçirilir. Beləki, koka yarpağı yüksək atmosfer təzyiqinə öyrəşmək üçün mükəmməl vasitədir və bu problem bu qədim şəhərin hündürdə yerləşməsidir. Bu bitki eyni zamanda bir çox rituallarda və ayinlərdə istifadə edilir. Bundan əlavə yerli əhali

bu bitginin yarpaqlarından bir çox ağrıların qarşını almaq üçün istifadə edir [10, s. 57].

İnka mədəniyyətinin hal-hazırda belə mübahisə olunan tərəflərinə gəldikdə bu tikililərin necə bu qədər səlis aralıqsız bir formada həyata keçirilməsi və istifadə olunan daşların necə bu qədər səliqəli kəsilməsini göstərmək olar. Digər təccübləndirici tərəfi isə bu qədər yüksəklikdə yerləşən bu ərazidə necə işləməkləridir. Bu memarlıq abidəsinin canlı görmək üçün dünyanın müxtəlif yerlərindən buraya çoxlu sayda turistlər səyahət edir. Bəzi tikililəri divarlarında keçmişdən bəhs eləyən səhnələrə rast gəlmək mümkündür. İnka mədəniyyətində turistlərin diqqətini çəkən bir digər amil bura da olan terraslı tikililərdir və bu üsuldan kənd təsərrüfatında da istifadə edilmişdir və bura da qurulan suvarma sistemi turistlərin marağına səbəb olan cəhətlərdəndir [4, s. 13].

Buraya gələn turistlər qatarla 45 saatlıq turdan yaralana bilərlər. Qatar şəhərə gəlməyin ən rahat yolu olmaqla yanaşı şəhərin tarixi və təbii sistemini turistlərə tanıtılmasında mühüm nəqliyyat vasitəsidir.

Maçu Piççunun turistlər tərəfindən tanınmış xüsusiyyətlərindən biridə əlverişli mövsümüdür. Yağışlı və quraq mövsümü turistlərin müxtəlif nostalji nalar yaşamasına şərait yaradır. Lakin günəşli günlərdə günəş vannası qəbul edildiyi zaman turistlərin bəzi tədbirlər görməyi daha məqsəduyğundur.

Maçu Piççunun marketing strategiyası ConsutingPress turizm firmasının hazırladığı strategiya əsasında həyata keçirilir. Bu firmanın hazırladığı marketing strategiyası 2016-cı il may ayında başlamış və avqustda bitmişdir. Bu strategiyaya mövcud turizm yerlərinin qiymətləndirilməsi, turizm planlaşdırılmasının həyata keçirilməsi və həmçinin yeni turistik ərazilərin araşdırılaraq onlar üzrə yeni turistik məkanların inkişaf etdirilməsindən ibarətdir.

Nəticədə bura da olan, əsasəndə ətraf regionlarda turist evlərinin sayında 35%-ə qədər yüksəliş müşahidə olunmuşdur. Bu firmanın fəaliyyətlərinə isə bunlar daxildir:

- texniki-iqtisadi avadanlaqlıran buranın turizm bölgələrində daha geniş miqyasda istifadə edilməsi;
- turistlərin sayının və mövcud turizm məhsullarının keyfiyyətinin artırılması və bu işin düzgün şəkildə həyata keçirilməsi üçün qiymətləndirmə strategiyasının hətdbiq edilməsi;
- yeni turzim brendlərinin yaradılması və onun üzrə yeni layihələrin təmin edilməsi [4, s. 16].

Nəticə etibarı ilə bunu söyləmək olar ki, cəlbedicilik amili turizm sektorunun özü kimi çoxsahəlidir. Bunun əsas səbəblərindən biri də müxtəlif turist destinasiyalarında müxtəlif turizm məhsullarına maraq olmasıdır. Nümayiş etdirilən bu məqalədə destinasiyaların ətraf mühit amilinin də turizmin cəlbedicilik amillərində müxtəlifliklərin yaranmasında mühüm rol oynayır. Turist destinasiyalarındakı cəlbedici xüsusiyyətlərin üzə çıxarılması isə bir-başa marketing strategiyasından asılıdır. Bir çox turist destinasiyalarında standart marketing üsullarında istifadə olunması müşahidə olunsada, bəzi turist destinasiyaları yeniliklərlə bu strategiyanın təkmilləşdirilməsində mühüm işlər görməkdədir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Rüstəmovə S. və b. Turizmin marketinqi və menecmenti. Bakı: Elm və təhsil", 2020, 224 s
2. Гращенко Т.М., Дробышевская О.Н. Маркетинг в туризме. Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2012. 45 с.
3. Baranyi A.G. Strategic management in Japanese tourism industry during the COVID-19 pandemic // Proceedings of the 15th International

- Conference on Business Excellence. Bucharest: 2021. p. 1127- 1134. Doi: 10.2478/picbe-2021-0105
4. Carlson B. Impacts of Infrastructure Related to Tourism on Machu Picchu // Geography and the environment capstone projects, Richmond: 2012. p. 0-10
 5. Cape Town's Township Tourism: A Case Study of Langa // Cape Peninsula University of Technology. 2021.p. 415-422 Doi: 10.34190/IRT.21.004
 6. Coghlan A. Successful Interpretation in Great Barrier Reef Tourism: Dive in or Keep Out of it? // Tourism in Marine Environments, No 7(3/4). Putnam Valley: 2011. p. 167-178. Doi: 10.3727/154427311X13195453162813
 7. Cothran C.C. Grand Canyon National Park and Northern Arizona tourism study. Northern: 2005. 102 p.
 8. Tsiotsou H.R. Strategic Marketing in Tourism Services / Chapter: Introduction to Strategic Marketing in Tourism. Macedonia: Publisher: Emerald, 2012. 10 p.
 9. Michal R. The Tourist Attractiveness of Tokyo in the Opinion of Surveyed Tourists // Tourism and Hospitality, No 3(1). Warsaw: 2022. p. 184-209. Doi: <https://doi.org/10.3390/tourhosp3010014>
 10. Ng K. Machu Picchu and Peru Adventure. Washington: Kindle Edition, 2022. 90 p.

ATTRACTIVENESS FACTORS OF TOURISM PRODUCTS AND ORGANIZATION OF MARKETING WORK

Mustafayev Khanlar

Master of international tourism and country studies

Baku State University, Azerbaijan

xanlar.mustafayev.01@mail.ru

The tourism sector is one of the basic sectors of the constantly developing economy that meets the requirements of the modern age. In this case, many features attributed to other service and product producing areas of the economy affect this area. It is directly related to the attractiveness factor, which is one of the main factors of delivering any product and service to the society. At the same time, the basic process that supports the attractiveness of the tourism product is the marketing strategies developed by various tourism enterprises. This article discusses the implementation of marketing strategies prepared by various tourism companies in targeted tourist destinations by categorizing them according to specific destinations, along with the attractiveness factors that will attract the attention of tourists and increase tourist flow.

Keywords: marketing concept, tourism products, attraction factors, tourist destinations, marketing strategy